[notasdeprensa.jpg](http://www.notasdeprensa.es)Publicado en 10600 el 22/07/2015

# [La imprenta online, el nuevo modelo empresarial de las Artes Gráficas](http://www.notasdeprensa.es)

## En medio de una crisis económica, las imprentas españolas tuvieron que adaptarse a dos profundos cambios: La impresión digital y la irrupción de un nuevo modelo de negocio, la impresión online. Y ambos llegaron para quedarse

La reconversión a una nueva tecnología y, sobre todo, a una nueva manera de vender ha obligado a las empresas de producciones gráficas a adaptarse o desaparecer. Internet ha revolucionado la forma de comprar en casi todos los ámbitos, los consumidores cada vez confían más en las tiendas online, después de pasar por unos años en los que el comprador medio aún no terminaba de fiarse de adquirir productos a través de la Red. El éxito de la venta online ha forzado un replanteamiento casi desde cero a aquellas imprentas que estaban acostumbradas a tener un contacto físico y cercano con el cliente. Ahora el comprador puede estar al otro lado del país y obtener un presupuesto en cuestión de segundos de pegatinas, flyers, carteles o cualquier otro producto de impresión y comprarlo en un par de clics. Según Ismael Rozalén, CEO de una de las imprentas online con mayor presencia en Internet (www.lagranimprenta.es), “no hay más alternativas que la de asumir que se han producido unos cambios muy rápidos y profundos, en cuestión de muy poco tiempo tuvimos claro que la única opción era adaptarse a las nuevas reglas del juego.” Sin duda, las Artes Gráficas ha sido uno de los sectores más golpeados por las circunstancias económicas de los últimos años. Por un lado, las editoriales disminuyeron considerablemente la impresión de libros y las tiradas de las revistas, apostando por publicaciones online o por formatos electrónicos que implican menores costes de producción. Por otro, la mayor parte de los clientes de las imprentas tradicionales eran otras empresas que utilizaban sus servicios para imprimir etiquetas, sobres, carteles, flyers promocionales, carpetas… ya fuese para publicitarse o para crear imagen corporativa. Con las empresas con el agua al cuello, las imprentas se resintieron y el cierre de una tras otra no ha cesado desde el año 2008. Y en todo este territorio convulso apareció de pronto lo que parecía ser, al menos en parte, la solución: El mercado online. Pero no es oro todo lo que reluce, la competencia de los servicios de impresión virtuales es brutal. Como consecuencia los precios han bajado considerablemente en la lucha por conseguir clientes pero, ¿y la calidad?, ¿se imprime ahora peor que antes para abaratar costes?. En palabras de Rozalén, “como sucede en todos los sectores en los que hay de por medio una tarea de producción, las cosas se pueden hacer mejor o peor y eso condiciona los costes (tiempos, materias primas, controles de calidad) y, por tanto, los precios finales. Bajo mi punto de vista, nadie vende por debajo de lo que le cuesta imprimir, o al menos no debería, y es una cuestión de política de empresa decidir por qué camino se quiere caminar. En nuestro caso todas las impresiones, ya sean digitales u offset, han de cumplir unos requisitos de calidad. Podría venderse más barato, pero eso repercutiría en el resultado final.” Otra de las consecuencias de la impresión online ha sido el cambio de perfil del cliente medio. Actualmente es como si cada persona tuviese en su casa una imprenta que está disponible 24 horas al día, con miles de productos a su disposición de los que, además, sabe el precio exacto al instante y hasta el día que va a recibir el envío en su domicilio. Este cambio en el perfil del consumidor ha conllevado que las propias imprentas se preocupen por formar a sus usuarios. En el caso de La Gran Imprenta, por ejemplo, está habilitada un área dedicada exclusivamente a tutoriales de impresión. “Un gran porcentaje de usuarios desconocen qué requisitos tienen que cumplir sus archivos para poder imprimirlos, es algo que nos preocupaba desde el principio, la mayor parte de los documentos que nos llegaban estaban bien para una impresora doméstica, pero no servían para imprentas, así que consideramos que era algo fundamental facilitar las cosas a nuestros clientes, enseñarles cómo tienen que hacer una pegatina o una tarjeta de visita, y contárselo de una forma muy sencilla, práctica y didáctica”, afirma Rozalén. Según Google, el número de búsquedas mensuales de “imprenta online” en España va en incremento. El que actualmente es el buscador por antonomasia, cifra en estos momentos en 8.800 las veces que los usuarios buscan estos servicios en la Red. Meses atrás eran 6.600. El nuevo modelo de impresión parece imparable.

**Datos de contacto:**

http://www.lagranimprenta.es

Nota de prensa publicada en: [https://www.notasdeprensa.es/la-imprenta-online-el-nuevo-modelo-empresarial\_1](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorias: E-Commerce Otras Industrias Consultoría

[notasdeprensa.jpg](http://www.notasdeprensa.es)

[**http://www.notasdeprensa.es**](http://www.notasdeprensa.es)